

Japonia, investițiile strategice și testul maturității juridice | Interviu cu Excelența Sa Dl. Ovidiu Dranga, diplomat de cariera și fost ambasador al României în Japonia, despre modul în care investițiile nipone pun la încercare disciplina contractuală și expertiza locală. O discuție despre provocarea standardelor japoneze, orientată spre Drept, contracte și oportunități pentru avocați



Japonia a devenit, în ultimii ani, unul dintre cele mai consistente repere ale diplomației economice românești, iar această evoluție începe să producă efecte concrete. De la proiecte majore de infrastructură și energie, la tehnologie avansată și parteneriate industriale sensibile, capitalul nipon operează după reguli stricte de predictibilitate, rigoare și încredere. Pentru a înțelege nu doar tendințele generale ale relației economice România-Japonia, ci și mecanismele concrete prin care acestea se traduc în investiții, proiecte și structuri contractuale, ^{Biz}Lawyer l-a invitat la dialog pe Excelența Sa Dl. Ovidiu Dranga, diplomat de cariera și fost ambasador al României în Japonia în perioada 2021–2024, mandat care l-a plasat în centrul relației politice și economice româno-nipone într-un moment de reconfigurare strategică majoră în Europa și Asia. La Tokyo, a gestionat dosare de cooperare bilaterală, dialog strategic și diplomație economică, în contact direct cu instituțiile japoneze și mediul de afaceri.

Anterior, a fost ambasador al României în Republica Polona (2013–2021), unde a coordonat relația bilaterală într-un context regional marcat de consolidarea flancului estic al NATO. În cadrul Ministerului Afacerilor Externe, a ocupat funcțiile de secretar de stat pentru relația cu Parlamentul și diplomație publică, precum și pentru afaceri globale (2012–2013). Între 2008 și 2012, a fost ambasador extraordinar și plenipotențiar al României în Regatul Belgiei.

Este absolvent al programului de master în administrație publică al Universității Harvard – JFK School of Government. De-a lungul carierei sale diplomatice, a lucrat pentru integrarea României în NATO, s-a aflat la originea creării Formatului București (B9) și a contribuit la conturarea politicii României în zona Marii Negre, inclusiv în dimensiunea sa strategică și de securitate.

Europa Centrală și de Est, redescoperita strategic de Japonia. România – caz special în ecuația investițională nipona

- *Europa Centrală și de Est a devenit o zonă strategică pentru Japonia, pe fondul stabilității oferite de integrarea în UE și NATO;*

- *Prezența economică japoneză în regiune s-a extins și diversificat, cu investiții majore în energie, infrastructură și tehnologie;*
- *România este un caz distinct, cu un istoric solid de cooperare și proiecte recente de mare anvergură*
- *Proiecte precum Braila, SMR Doicești și ELI-NP confirmă capacitatea României de a gestiona investiții complexe;*
- *Investibilitatea, în logica japoneză, presupune disciplină, încredere și viziune pe termen lung, susținute de o diplomatie economică activă.*

BizLawyer: Excelența Voastră, va mulțumim pentru interviul acordat. Vom încerca să radiografiem interesul capitalului nipon pentru România și, în acest context, să vedem cum funcționează diplomația juridică și care sunt „ferestrele de oportunitate” pentru avocații români în relația economică cu Japonia. Aș începe discuția noastră întrebându-va ce tip de investiții urmăresc astăzi companiile japoneze în Europa Centrală și de Est și, din perspectiva dumneavoastră, în ce domenii ar putea deveni România o destinație cu adevărat atractivă pentru aceste investiții?

Amb. Ovidiu Dranga: Pentru Japonia, Europa Centrală și de Est a devenit o arie de interes strategic, cu mult înaintea declanșării agresiunii pe scară largă a Rusiei asupra Ucrainei. Din câte am putut constata încă din timpul mandatului de ambasador în Polonia, când a fost inaugurată cursa directă Varșovia-Tokyo, Japonia a început un proces de redescoperire a acestei părți a Europei, reconsiderându-i atât potențialul de creștere, cât și relevanța geopolitică. Cred că punctul zero al acestei veritabile „ofensive” nipone, care s-a ramificat, parțial, în Balcani și zona Marii Negre, a fost integrarea majorității statelor din regiune în UE și NATO, când a devenit cert că parcursul acestora e previzibil și sigur, în interiorul Vestului instituționalizat. Din acel moment, investitorii japonezi au capatat încredere că afacerile lansate aici vor fi profitabile pe termen mediu și lung, ceea ce s-a și întâmplat. Pe parcursul ultimelor două decenii, prezența investițională japoneză directă s-a amplificat și diversificat treptat (energie, echipamente industriale, înaltă tehnologie, comunicații, logistică, infrastructură etc.), ajungând, ca volum/valoare, de la 2 mld. euro în 2000 la aproape 20 mld. euro în 2024.

În ultimii ani, se înregistrează un fenomen interesant, anume reorientarea capitalului japonez către Europa în general, continentul european devenind mai atractiv grație stabilității politice și faptului că se afla într-un proces de reconstrucție economică. Am motive serioase să cred că de această tendință va profita și zona noastră. Unul dintre ele este că Japan Bank for International Cooperation (JBIC) își va deschide primul birou din Europa Centrală la Varșovia. Al doilea este acela că birourile economice (JETRO) ale Japoniei din București (înființat în 1971!), Budapesta, Varșovia și Praga funcționează la capacitate maximă, într-o logică de coordonare regională, șefii acestora fiind prezenți la Summit-ul Inițiativei celor Trei Mari (I3M), găzduit de România, în 2023.

România e un caz special. Investițiile japoneze în țara noastră au început încă din timpul regimului comunist, când întregi ramuri industriale s-au dezvoltat cu sprijin tehnologic japonez (rulmenți, construcții navale etc.). Acum, amprenta niponă în economia românească acoperă o paletă largă de domenii, de la energie și infrastructură, pâna la producția de componente pentru industria auto și aparatură utilizată în construcții, dar e loc pentru îmbunătățiri și diversificări. Sunt deja celebre implicarea japoneză în construirea podului suspendat de la Braila, al treilea cel mai lung pod de acest tip din Europa, și contribuția financiară niponă la realizarea Magistralei 6 a metroului bucureștean. De notat că mari companii japoneze intenționează să participe la proiectul nuclear de la Doicești, unde va fi construită prima centrală atomică din Europa bazată pe tehnologia reactoarelor mici și modulare (SMR), în colaborare cu o firmă americană. Nu în ultimul rând, este de remarcat interesul antreprenorilor niponi pentru optica de mare putere. Recent, a fost inaugurată construcția primei facilități de producție din România, destinată

lentilelor ce vor fi folosite în cadrul proiectului ELI-NP, cel mai puternic laser din lume, de la Magurele.

Acestor domenii li s-ar putea adauga transportul feroviar și industria pentru aparare.

BizLawyer: Unde se poate poziționa realist România în competiția pentru investiții cu Polonia, Cehia, Slovacia și Ungaria - și ce ar trebui să facem diferit pentru a deveni mai vizibili și mai convingători pentru capitalul japonez?

Amb. Ovidiu Dranga: Competiția e buna când produce dividende pentru toți participanții. Altminteri, devine o frâna a dezvoltării și o sursă de neîncredere. De aceea, personal, sunt adeptul proiectelor transfrontaliere, care stimulează cooperarea în domenii strategice și permit gestionarea profitabilă a interdependențelor. Din această perspectivă, Europa Centrală oferă teren propice pentru integrarea în viitoarele lanțuri de producție regionale, europene și globale, aflate în curs de reconfigurare, din care fac sau vor face parte firme japoneze. Dacă, totuși, ar fi să conturez profilul mai atractiv al României în comparație cu statele menționate, m-aș opri, pentru început, asupra domeniilor în care țara noastră e deja performantă, cum ar fi energia și IT. Acolo avem, deja, avantaje competitive și oferim un set de facilități, care nu vor scăpa atenției investitorilor japonezi. Așa îmi explic participarea substanțială a firmelor nipone la forumul inovării România-Japonia, ajuns la ediția a treia, recent desfășurată la Iași, și succesul forumului bilateral al energiei, care a organizat la Tokyo cea de-a doua rundă, în vara anului trecut.

Pentru a fi mai vizibili și mai convingători, ar trebui să fim mai consecvenți și mai pragmatici în abordarea cooperării cu partenerii japonezi, care prețuiesc predictibilitatea și seriozitatea. Poziția geografică, adică proximitatea față de piețele de desfacere, ajută dar nu e neapărat factorul determinant atunci când se decide locația unei facilități de producție. Piața românească a devenit deja piața de destinație, nu doar de tranzit. În plus, este suficient de mare, matură, competitivă și sofisticată, astfel încât să atragă investiții în domenii de viitor, cu potențial de creștere exponențială, cum ar fi industria echipamentelor cu dublă utilizare, civilă și militară, energia verde, IA și infrastructura digitală.

Pentru a fructifica aceste avantaje, ne lipsesc, cred, printre altele, un fel de agresivitate în promovarea și administrarea afacerilor, o deschidere mai mare către exterior și apetit sporit pentru prezența pe piețe îndepărtate, cum ar fi cele din Asia de Sud-Est, în baza unui set de interese și obiective. O schimbare aici ar atrage parteneri japonezi, la fel crearea/multiplicarea platformelor de colaborare între instituții academice, mediul privat și autorități publice. Centrul pentru Optica de Mare Putere de la Magurele, a cărui creare n-ar fi fost posibilă fără implicarea Universității din Osaka, a Institutului pentru Fizică și Inginerie Nucleară, a firmei Okamoto Optics și a Ministerului Dezvoltării din România, este un bun exemplu în acest sens.

BizLawyer: Pentru un investitor japonez, noțiunea de „investibilitate” are componente foarte clare. Care sunt factorii decisivi? Infrastructura? Predictibilitatea legislativă? Rigoarea contractelor? Cultura de business? Ce ar trebui să îmbunătățească România urgent?

Amb. Ovidiu Dranga: Ar fi multe de spus aici. Pentru partenerii japonezi, contează foarte mult încrederea și respectul. Cultura de business japoneză se concentrează pe armonia grupului, punând accent pe o formă de colectivism în luarea deciziilor cruciale, care se adoptă prin consens, și pe respectarea strictă a ierarhiei, pe loialitate și pe relații interpersonale puternice. La toate acestea se adaugă prudența, uneori excesivă, atunci când se pune problema patrunderii pe piețe noi și deschiderea afacerilor de anvergură în țări cu altă cultură antreprenorială. De exemplu, inițiativa și asumarea de riscuri în afaceri, inclusiv gestionarea eșecului sau fructificarea succesului, sunt noțiuni privite foarte diferit în România și Japonia.

România s-a schimbat deja mult în zona antreprenorială. Firmele românești sunt mai bine echipate acum pentru competiția regională și europeană. Cultura românească de business încurajează inovarea și rasplatește creativitatea, poate nu cât ar trebui, dar oricum mai mult decât oricând în istoria noastră recentă. Mediul de business românesc e mai dinamic și mai flexibil decât al multora dintre partenerii noștri comerciali. Cu toate acestea, start-up-urilor românești le lipsește acel nivel de ambiție, scalabilitate și expunere internațională, care le-ar face eligibile pentru integrarea mai avantajoasă în lanțurile globale de aprovizionare și valori. Interacțiunea sistematică cu firme japoneze ar înlesni adaptarea la specificul românesc a tipului de management industrial pe care Japonia l-a dezvoltat cu succes de-a lungul timpului. În centrul acestuia se afla disciplina contractuală, eficiența procesului tehnologic și controlul superior al calității. Rezultatele ar fi neașteptat de bune, cred, și reciproc avantajoase.

Pentru viitor, schimbarea ar trebui să vizeze modul cum ne privim pe noi înșine în Europa și în lume. Peste câteva luni, vom deveni membri OCDE. Suntem membri UE și NATO de aproape 20, respectiv 22 de ani. România este un jucător esențial pe flancul estic al comunității euroatlantice și va avea un rol cheie în reconstrucția Ucrainei. Nu ne rămâne decât să dam contur mai clar aspirațiilor și obiectivelor noastre în noua configurație de putere a Vestul Global.

BizLawyer: Japonia rămâne un lider global în tehnologie, robotica, mobilitate verde și energie. Ce proiecte concrete vedeți fezabile în România în următorii 5-10 ani?

Amb. Ovidiu Dranga: Aș începe cu energia. Teoretic, aici nu există limite sau constrângeri și vad cele mai promițătoare oportunități. Printre priorități, aș enumera zona nucleară, unde discuțiile sunt destul de avansate. Proiectul SMR de la Doicești se apropie de faza de operaționalizare și cel puțin o firmă japoneză este implicată în această fază a discuțiilor. Apoi, aș vedea ca foarte profitabilă continuarea dialogului pe tema hidrogenului, pe care eu îl consider principala soluție pentru echilibrarea mixului energetic mondial și tranziția sustenabilă către economia verde. Japonia are soluții tehnologice inovatoare, România are un potențial însemnat în zona energiei regenerabile și acces la resurse semnificative de gaz natural. Împreună, România și Japonia pot lua în calcul, alături de parteneri interesați din Europa și America, implementarea unui proiect ambițios: edificarea unei piețe regionale a hidrogenului în Europa Centrală, Balcani și zona Marii Negre, având România ca hub de producție, transport și distribuție. În fine, vad sens și finalitate în discuțiile privind participarea japoneză la proiectul hidrocentralei prin pompare de la Târnița.

Înaltă tehnologie e deja prezentă pe agenda bilaterală. E nevoie de un impuls politic și antreprenorial comun, astfel încât acumulările colaborării științifice, care a produs rezultate palpabile prin operaționalizarea ELI-NP, să aibă o descarcare în piață. Diversificarea aplicațiilor practice ale celui mai puternic laser din lume, găzduit și gestionat de România, al cărui director științific a fost, până nu demult, un profesor japonez, poate viza, printre altele, și domeniul apărării, sau, de ce nu, cel al energiei nucleare.

Personal, aș acorda atenție sporită infrastructurii și construcțiilor. Experiența podului de la Braila trebuie continuată și valorificată în alte proiecte strategice de aceeași anvergură. Există discuții privind lansarea unui proiect pilot în domeniul evaluării și monitorizării infrastructurii rutiere din România cu tehnologie japoneză, a cărui finalitate poate fi întocmirea registrului național integrat al podurilor de pe drumurile naționale și locale, în format digital. Personal, consider că este momentul lansării unor discuții bilaterale aprofundate și pe tema reabilitării seismice a edificiilor civile, care să abordeze și tema registrului național al clădirilor, aflat în curs de elaborare, cu un capitol special dedicat Bucureștiului. Implicarea japoneză, în orice formă, ar conferi un plus de credibilitate proiectului.

Nu în ultimul rând, apreciez ca prioritară colaborarea româno-japoneză în domeniul transportului feroviar, care să aibă o componentă distinctă referitoare la mobilitatea militară. S-ar putea să surprindă pe mulți, dar ideea unei linii

de tren de mare viteză Shinkansen între Constanța și Gdansk nu mai este atât de nerealistă cum ar fi putut să pară acum câțiva ani.

BizLawyer: România nu a reușit să construiască încă un „brand economic” coerent. Ce elemente trebuie să conțină un astfel de brand ca să fie credibil în fața investitorilor japonezi? Care sunt valorile și mesajele care ar putea funcționa în dialogul cu mediul de afaceri din Japonia?

Amb. Ovidiu Dranga: Un brand economic al României trebuie să fie atragător și clar pentru toți investitorii, nu doar pentru cei japonezi. El ar trebui, cred, să scoată în evidență performanța și excelența românească în domenii strategice, ca parte a efortului european de adaptare la noile realități tehnologice, economice și geopolitice ale lumii, prefigurând, totodată, cum s-ar putea poziționa țara noastră în viitoarea configurație globală a puterii și relevanței. Mesajul central ar putea fi că, în România, care are o bază industrială diversificată, relocarea capacităților de producție din zone considerate nesigure se poate realiza în condiții de competitivitate. „*Romania, the Industrial Powerhouse of Eastern Europe*” poate fi denumirea acestui brand.

Brandul economic nu poate fi distinct de brandul de țară, ci parte a acestuia. În creionarea lui, eu m-aș axa pe noțiunile de ambiție/îndrăzneală antreprenorială, deschidere selectivă, integrare multi-dimensională, indispensabilitate strategică și inovare, ca instrumente de creștere a relevanței, inspirându-mă, categoric, din modelul japonez. În dialogul cu mediul de afaceri, aș adopta „strategia îmbunătățirii continue” sau o variantă românească a „Kaizen”, care este o filozofie de management centrată pe schimbări mici, graduale, dar constante, aplicate în toate aspectele unei organizații, pentru a optimiza procesele, crește calitatea, eficiența și a reduce pierderile.

BizLawyer: Diplomația economică devine o competiție în sine în Europa Centrală. Cum poate România să-și folosească mai eficient instrumentele diplomatice pentru a atrage capital japonez? Ce înseamnă, concret, o diplomație economică „activă” în 2025?

Amb. Ovidiu Dranga: Diplomație economică eficientă înseamnă identificarea și valorificarea tuturor oportunităților de afirmare a importanței geoeconomice a României, în Europa Centrală, Balcani și zona Marii Negre, la un nivel superior de ambiție și în virtutea ponderii, reputației și potențialului său, ca stat deținător al uneia dintre cele mai dinamice și diversificate economii de pe continent. Pentru asta, printre altele, trebuie „vâdate” permanent achizițiile de active ale companiilor publice cu activitate în domenii strategice – energie, transporturi, apărare - din țări vecine. O hartă a acestor oportunități ar putea fi întocmită cu ușurință. În egală măsură, trebuie încurajată/sprijinată patrunderea „agresivă” a capitalului și firmelor private românești pe piețele (emergente) din regiune în construcții, turism, retail și înalta tehnologie. Dacă asta se poate face prin alianțe strategice cu firme japoneze, cu atât mai bine.

Capitalul japonez e atras de oportunități variate și randamente ridicate pe termen lung. În România, atracția principală ține, cred eu, de dimensiunea și complexitatea pieței interne, care înseamnă un grad ridicat de reziliență, respectiv capacitatea de a absorbi șocuri simultane și de a-și reveni rapid la starea inițială, de o manieră satisfăcătoare. În termeni militari, aceasta s-ar traduce prin „adâncime strategică”. În plus, atragătoare sunt stabilitatea sistemului bancar românesc, bine ancorat în sistemul european, și calitatea serviciilor financiare. Așa îmi explic cum am reușit să încheiem destul de repede acordul dintre Eximbank România și JBIC în 2023, pe care l-am semnat și eu, ca ambasador la Tokyo, în numele Ministerului Finanțelor, iar primele emisiuni de samurai bonds pe piața financiară japoneză au fost un succes. Desigur, nu trebuie neglijată calitatea capitalului social, nici deplina „interoperabilitate intelectuală” și de atitudine în materie de business a antreprenorilor români cu partenerii externi, inclusiv cu cei japonezi. I-am văzut interacționând și am putut constata câte au în comun și cât de bine

colaboreaza.

Drept, contracte și oportunități pentru avocați. Provocarea standardelor japoneze

- *Due-diligence-ul și precontractarea sunt momentele decisive, în care avocații ofera predictibilitate și încredere investitorilor japonezi.*
- *Energia și tehnologia concentreaza cele mai mari oportunități juridice, cu arbitrajul ca mecanism preferat de soluționare a disputelor.*
- *Standardele japoneze pun accent pe disciplina contractuală și execuție, nu pe formalism.*
- *Avocații devin parteneri strategici atunci când combina expertiza juridică cu înțelegerea contextului local.*
- *Relația cu Japonia este un pariu câștigat diplomatic, dar cu o miza juridică încă în curs de construcție.*

BizLawyer: Dar diplomația juridică? Ce rol ar avea în atragerea investițiilor japoneze și ce ar trebui să comunice România în acest sens?

Amb. Ovidiu Dranga: Diplomația juridică e un domeniu nou sau o ramură nouă a diplomației cu care trebuie să recunosc că nu sunt foarte familiarizat. Dacă ea cuprinde sau se referă, în sens larg, la servicii juridice, notariale și/sau de consultanță, cel puțin pe relația cu Japonia stam foarte bine. Cunoscm firme românești de consultanță și avocatura care au câștigat respectul și încrederea partenerilor japonezi prin discreție, profesionalism și promptitudine.

Rolul lor în atragerea investițiilor japoneze e important cu precădere în faza premergătoare finalizării documentelor contractuale (due-diligence), mai ales dacă raportul calitate-preț e atractiv.

BizLawyer: Care sunt cele mai mari „ferestre de oportunitate” pentru avocații români în relația economică cu Japonia? Ce tip de specializări vor cântări cel mai mult - M&A, concurența, energie, arbitraj, tehnologie?

Amb. Ovidiu Dranga: Toate specializarile menționate sunt relevante. Nu pot face o ierarhizare, dar aș îndrăzni să spun că prioritare sunt energia și tehnologia, urmate de arbitraj, sub rezerva că e nevoie de un studiu aprofundat pentru a da un răspuns calificat.

BizLawyer: Standardele contractuale japoneze sunt foarte riguroase, de la clauze de conformitate și anticorupție până la protocoale de calitate și livrare. Ce ar trebui să știe un avocat român care negociază primul contract cu un partener japonez? Ce se așteaptă partea japoneză să gasească într-un contract bine structurat?

Amb. Ovidiu Dranga: Orice investitor japonez care vrea sa deschida o afacere în România se aștepta sa semneze un contract standard, similar, în principiu, celor negociate cu orice alt partener dintr-o țara membra UE. Banuiesc ca așteapta claritate și concizie. În multe situații, problema e disciplina contractuală, nu structura contractului, dar asta e o alta discuție. În general, japonezii apreciaza modestia și seriozitatea interlocutorilor. Pun foarte multe întrebări, verifica cele mai mici detalii, revin asupra chestiunilor care li se par esențiale pentru lamuriri suplimentare, nu spun niciodata „da” sau „nu” dupa prima întâlnire, au rabdare, se consulta, analizeaza în profunzime. De reținut, de asemenea, ca nu se entuziasmeaza, își ascund foarte bine intențiile sub paravanul politeții extreme și sunt foarte buni negociatori.

BizLawyer: **Investitorii japonezi pun accent extrem pe transparența și predictibilitate.**

Cum pot avocații români sa devina relevanți în fazele de due-diligence pentru companii japoneze interesate sa cumpere, sa se asocieze sau sa subcontracteze în România?

Amb. Ovidiu Dranga: Cunoașterea mediului economic românesc până la detaliu este, fara îndoiala, un atu. Conteaza și capacitatea de a anticipa evoluția acestuia, cu precadere a indicatorilor macro-economici. Uneori, avocații sunt priviți ca deschizatori de noi perspective, adica se așteapta de la ei sa ofere „ghidaj” dincolo de aspectele juridice. Daca autoritatea și credibilitatea ca furnizori de servicii juridice sunt dublate de cunoașterea subtilităților mediului antreprenorial și politic local (moravuri, mentalitati, cutume, legi nescrise etc.), șansele lor de a deveni parteneri de lunga durata cresc.

BizLawyer: **Japonia intra rareori singura pe noile piețe; prefera alianțele strategice.**

Care sunt modelele de colaborare preferate de companiile japoneze și ce tip de arhitectura juridica favorizeaza aceste parteneriate?

Amb. Ovidiu Dranga: Este adevarat. Companiile japoneze manifesta, în general, prudența când intra pe piețe noi. Prefera alianțe strategice cu companii care cunosc piața respectiva pentru a minimiza riscul expunerii. De exemplu, compania japoneza care a participat la construcția podului de la Braila s-a asociat cu o firma europeana de prestigiu, care era familiarizata cu piața româneasca. Nu știu daca acest model se va repeta și în alte situații sau la alte proiecte. În orice caz, nu vad de ce firmele japoneze care se implica în proiecte mari n-ar fi interesate sa se asocieze cu firme locale, cu condiția ca acestea sa fie, la rândul lor, firme cu bonitate ireproșabila și deținătoare ale unui portofoliu consistent de investiții finalizate cu succes.

Este de așteptat, în egala masura, ca, de-acum inainte, multe companii japoneze sa participe individual la licitații pentru marile proiecte de interes public. Au capatat experiența și încredere și sunt mai dispuse sa-și asume riscul de a le gestiona pe cont propriu. Dar, și în acest caz, vor avea nevoie de asistența juridica și notariala din partea firmelor locale, daca, repet, prețul serviciilor oferite de acestea va fi competitiv.

BizLawyer: **România și Japonia au tradiții juridice diferite, iar companiile japoneze prefera adesea arbitrajul internațional. Ce șanse are România sa devina un hub regional pentru arbitraj în contractele cu parteneri japonezi?**

Amb. Ovidiu Dranga: Subiectul mi se pare foarte interesant. Daca România își propune sa devina, cum spera și/sau își doresc unii, un „El Dorado al Estului” pentru investiții, atunci e firesc ca furnizorii de servicii juridice și notariale (eu le vad la pachet) sa-și uneasca eforturile pentru a promova România ca hub regional (nu doar) în materie de arbitraj (nu ma pricep, dar înțeleg ca litigiile comerciale îmbraca, uneori, forme complicate și e nevoie

de asistență juridică de înaltă calitate). În acest sens, ar fi oportună organizarea de evenimente cu caracter regional sau european, la care să participe, cu prioritate, marile case de avocatură, experți independenți și cercetători din Europa Centrală. Pe de altă parte, eu văd posibilă constituirea unei rețele central-europene a tribunalelor comerciale, dacă la asta va referiți, în care România să joace un rol central. Ea ar fi utilă pentru a cunoaște și împărtăși din experiența altora. Îmi imaginez că spețele/soluțiile sunt similare în multe cazuri.

Nu știu dacă s-a gândit cineva, dar România poate organiza/gazdui Conferința Europeană privind Arbitrajul Internațional din 2027 (*11th ICC European Conference on International Arbitration*), ediția de anul acesta urmând a avea loc la Paris, în martie. Sau, și mai bine, s-ar putea lansa o versiune central-europeană a acestei forme de interacțiune între specialiștii în arbitraj. Japonezii ar vedea în asta dovada că România a atins un nivel ridicat de performanță în materie și vor apela, probabil, cu mai multă încredere, la asistența firmelor românești, chiar dacă au afaceri în alte țări din zonă sau din Europa.

BizLawyer: Expoziția Mondială de la Osaka s-a încheiat recent, iar evenimentul a fost unul dintre cele mai importante pentru Japonia în acest an. Ce rol ați avut în pregătirea și organizarea participării României și ce concluzii relevante putem trage din modul în care aceasta expoziție a fost percepută de mediul de afaceri japonez?

Amb. Ovidiu Dranga: Rolul meu a fost secundar, dar am contribuit în virtutea experienței ca fost ambasador la Tokyo, acolo unde relațiile și buna cunoaștere a realităților japoneze au putut face diferența. A fost cel mai complex exercițiu de diplomatie publică gestionat cu succes de România în ultimii ani. Am făcut parte dintr-o echipă multidisciplinară de excepție. Pavilionul românesc a fost unul dintre cele mai populare, datorită originalității conceptului expozițional, axat pe interacțiunea cu vizitatorii prin intermediul momentelor culturale cu caracter participativ. Ne-am atins obiectivele. Pavilionul României a fost clasat în primele zece din cele peste 140 și a fost vizitat de aproape 1 milion de oameni din întreaga lume.

BizLawyer: În încheiere, ce mesaj aveți pentru avocații care urmăresc cu interes evoluția relațiilor economice dintre România și Japonia și care caută să înțeleagă mai bine cum se pot implica în aceste noi oportunități de colaborare?

Amb. Ovidiu Dranga: Mesajul e, cred, mai simplu decât vă așteptați. Contez, așadar, pe efectul surprizei și afirm că relația României cu Japonia, a patra putere economică a planetei, este printre puținele pariuri câștigate ale diplomației noastre în Asia de Sud-Est. Depinde în primul rând de noi să-i ridicăm miza. Restul e detaliu...